



财眼

淘宝首秀6小时卖了2350万 TVB发力直播业务 此前成绩并不亮眼

近日,TVB在淘宝开启直播带货首秀,最终交出“6个小时直播销售额2350万元”的成绩单。据悉,TVB将与淘宝合作在今年开设超48场电商直播,预计能为TVB带来千万港元级别的收益。作为一代人童年记忆的TVB近些年营收连续下滑,连续录得5年亏损。自2020年以来,TVB在内地相关业务增长迅速,其中电子商贸业务已占公司总营收的25.31%。

■新快报记者 刘艳爽

股价4天暴涨250%

3月7日,TVB在淘宝平台开始首场直播秀,主播为陈敏之和陈豪。6小时直播共上架131款商品,主要包括一些中国香港本地食品、护肤品、生活用品等。数据显示,这场直播累计观看人数超过320万,全场销售额超过2350万元。

3月1日,TVB宣布旗下附属公司上海翡翠东方传播有限公司(TVBC)与淘宝达成合作意向,双方将于年内共同合作超过48场电商直播,此合作预计为公司带来千万港元收益。TVB形容此次合作是“启动TVB电子商贸直播的重大里程碑”。受消息带动,3月3日TVB股

价便开始上涨,3月8日当天上涨85.08%,4天时间股价暴涨250%。不过,3月9日TVB股价有所回落,跌14.93%。

这不是TVB第一次试水直播带货行业。去年4月,TVB便入驻抖音直播,开通3个直播带货账号,分别为TVB识货(港式甄选)、TVB识货(美味甄选)和TVB识货(香港严选),不过当时并未引起太多关注,截至发稿时,3个直播带货账号共计有104.5万粉丝。

电商业务占公司总营收1/4

近年来,TVB经营承压,营收连续7年收缩,其2021年营收报29亿港元,甚

至低于2002年营收水平。据了解,TVB净利润自2013年便逐步萎缩,至2018年后连续报4个年度亏损,2021年亏损额达6.5亿港元再创新高。

受益于在香港市场绝对领先的收视率,电视广告仍然是TVB的主要收入来源,但收入占比逐年降低,至2022年上半年已经降至32.77%。而数码新媒体业务自2015年创立以来迅速崛起,该业务中电子商贸业务成去年上半年增长最快的收入来源,目前电子商贸业务贡献营收为25.31%。

从地区来看,TVB在香港的营收收缩,在内地的营收占比增加。其内地营

收此前主要依靠合作制作影视综艺节目,并在内地网络平台发行分销获得收入。有业内人士表示,随着TVB对电子商务的重视程度增加,为增加在内地的收入,进军直播带货几乎成为必然。

直播带货业务未来能为TVB带来的贡献几何?尚待观察。电商营销服务平台蝉妈妈数据显示,抖音平台上,TVB识货(港式甄选)近30日销售额为750万-1000万元,而新东方旗下的“东方甄选”近30日销售额为5亿-7.5亿元。另从3月7日当天的淘宝直播数据来看,“TVB识货”淘宝直播间仅150多万的观看,而李佳琦淘宝直播间观看量在1000万以上。

社保基金新进增持个股曝光

新快报讯 记者涂波报道 2022年年报陆续披露,年化收益率保持稳健的社保基金动态受到投资者的关注。在已披露去年年报的公司中,社保基金新进增持股方正证券和森麒麟,分别新进市值69.52亿元和1.56亿元,预计浮盈超7亿元。从历史成绩来看,社保基金自成立以来的年均投资收益率8.30%,累计投资收益额17958.25亿元。高于同期平均GDP增长率,也高于同期的全口径实际工资增长率。

具体来看,截至3月9日,同花顺数据显示,社保基金去年四季度新进了方正证券10.9亿股,位列第三大流通股东。方正证券2022年报显示,营收77.77亿元,同比下降9.79%,净利润21.48亿元,逆市同比增长17.88%,创6年来新高,这也是为数不多的去年净利润正增长的券商。今年以来,方正证券股价最高涨超10%,预计社保基金浮盈超7亿元。此外,国家队证金和汇金也位列方正证券流通股东第六、第七位。

主营汽车、航空、赛车轮胎的森麒麟获全国社保基金114组合新进507.25万股,位列流通股东第十位,其总市值为210亿元。3月7日,森麒麟公告董

事、高管等累计增持129.5万股,占流通股本比例0.43%,成交均价为31.28元。

在社保基金增持方面,聚焦城市及干线物流产品和服务的福田汽车获社保基金118组合增持2288.05万股,持股比例增长0.29%。消费电子领域的顺络电子获得了社保基金413组合加仓415.94万股,持仓数量提高到了1137.32万股。2022年报显示顺络电子营业收入42.38亿元,同比下滑7.41%,净利润4.33亿元,

同比下滑44.81%,这是公司自成立以来首次营收负增长,净利润跌幅也为上市以来最高。此外,万泽股份获社保基金103组合增持100万股,持股比例增长0.2%。

此外,社保基金420组合减持了主营环保热能业务和燃气具制造业务的长青集团233.86万股,减持后持股数量为711.13万股,持仓市值为3406.32万元。年报显示,长青集团在2022年实现营收34.24亿元,同比增长10.84。

社保基金最新新进增持减持个股情况

新进个股	股票简称	现价(元)	社保持股市值(亿元)	净利润同比增长率(%)
	方正证券	6.83	69.52	17.88
增持个股	股票简称	现价(元)	社保持股市值(亿元)	净利润同比增长率(%)
	森麒麟	32.37	1.56	6.30
	顺络电子	26.8	6.10	-44.81
	万泽股份	18.65	2.26	6.74
	横店东磁	20.58	1.86	48.98
	华工科技	21.39	4.62	19.07
减持个股	股票简称	现价(元)	社保减仓持股数量(万股)	净利润同比增长率(%)
	长青集团	5.52	233.86	139.70

(来源:同花顺;数据时间截至3月9日)

平安银行率先发布去年年报,个人存款余额突破万亿元

2022年A股上市银行整体业绩增长可期

新快报讯 记者范昊怡报道 A股首份上市银行2022年年报出炉。3月8日晚间,平安银行披露2022年年报显示,2022年,平安银行实现营业收入1798.95亿元,同比增长6.2%;实现净利润455.16亿元,同比增长25.3%,关键风险指标保持稳定。同时,平安银行公告称,拟每10股派发现金股利人民币2.85元(含税),合计派发现金股利人民币55.31亿元。

年报显示,2022年该行实现营业收入1798.95亿元,同比增长6.2%;实现净利润455.16亿元,同比增长25.3%;加权平均净资产收益率(ROE)为12.36%,同比上升1.51个百分点。

2022年,平安银行在零售业务、对公业务、资金同业业务均实现稳步提升。2022年末,平安口袋银行APP月活

跃用户数(MAU)突破5000万户,管理零售客户资产(AUM)35872.74亿元,较上年末增长12.7%。个人存款余额10349.70亿元,较上年末增长34.3%,个人贷款余额20473.90亿元,较上年末增长7.2%。

资产质量方面,2022年末,平安银行不良贷款率1.05%,较上年末微升0.03个百分点;逾期贷款余额占比1.56%,较上年末下降0.05个百分点;拨备覆盖率290.28%,较上年末上升1.86个百分点,风险抵补能力保持较好水平。

截至目前,A股42家上市银行中,21家银行公布了业绩快报,归母净利润增速全部为正。其中,有18家银行归母净利润增速实现两位数增长。

具体来看,股份制银行中,招商银行2022年实现归母净利润1380.12亿元,同

比增加180.9亿元,增幅15.08%;中信银行、兴业银行分别为11.61%、10.52%。城、农商行中,张家港农商行、江苏银行、江苏苏州农商行3家银行的归母净利增速上升至近30%,江阴农商行、无锡农商行、苏州银行、杭州银行的归母净利增幅在26%以上。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华表示,营收、净利润同比增速保持较快增长,反映银行整体经营效率有所提升,这是2022年银行加大实体经济信贷支持,以量补价以及政策积极稳定银行负债等因素的共同作用结果。“随着经济活动逐步恢复,一揽子政策措施落地见效,经济逐步回暖,企业经营好转,将利好银行盈利,预计2022年上市银行归母净利润将保持稳健增长。”周茂华说。

上市以来首个季度实现盈利

逸仙电商挖角

雅诗兰黛前高管深耕研发

新快报讯 记者陆妍思报道 国内头部彩妆集团持续增加研发投入。3月9日,记者从完美日记母公司逸仙电商Q4业绩交流会上获悉,公司将任命在美妆行业深耕研发超25年、曾任雅诗兰黛亚太研发部副总裁的承静为首席科学官。2022年公司全年研发投入累计1.3亿元,研发费用率从2021年的2.4%持续提升到2022年的3.4%,研发经费投入持续居全球第一梯队水平。

2022年以来,化妆品行业整体承压前行。根据国家统计局数据显示,2022年中国美妆零售业同比下滑3.2%,为过去五年来最低水平。在此背景之下,逸仙电商稳步推进“降脂增肌”,从2022年Q4业绩来看,其转型战略成效较为明显。报告期内,公司实现营收10.1亿元。其中,护肤业务持续强劲增长,Q4实现营收4.7亿元,同比增长42.4%,占总营收比例上升至46.9%,护肤业务连续三个季度增超30%。2022全年,护肤业务实现营收12.4亿元,同比增长44.8%,占总营收比例上升至33.5%。据逸仙电商披露,其并购的Galenic法国科兰黎、奢养护肤品牌EVELOM及功效护肤品牌DR.WU三大品牌Q4合计收入同比增长73%,2022年度净收入同比增长99%。

值得关注的是,逸仙电商Q4实现Non-GAAP(公认会计准则)净利润3468万元,净利润率为3.4%,为上市以来首个季度实现盈利。市场认为,逸仙电商“造血能力大幅提升,除了护肤业务“高质量发展”,也得益于其彩妆业务的“持续增效”。报告期内,逸仙电商通过调整品类结构、严格折扣政策,优化投放效率等措施,改善盈利能力,同时致力于开拓下沉市场并改善线下门店盈利能力,线上不断布局抖音渠道,实现12小时-24小时的高频直播互动。财报显示,Q4运营费用同比下降47%,公司毛利率持续上升,Q4毛利率稳步提升至71.1%,销售和市场费用率从上年同期的70.7%降至53.2%。同期经营活动产生的净现金为1.1亿元。截至2022年12月31日,公司的现金、限制性现金和短期投资为26.3亿元。

业内分析认为,逸仙电商未来有望抓住中长期消费行业机会,实现跨周期发展,为下一阶段的增长蓄力。